
L'intime au pouvoir : de la « photogénie électorale » à l'ère du *storytelling*

Magali Nachtergaele



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/1159>

DOI : 10.4000/itineraires.1159

ISSN : 2427-920X

Éditeur

Pléiade

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 2012

Pagination : 131-140

ISBN : 978-2-336-00027-5

ISSN : 2100-1340

Référence électronique

Magali Nachtergaele, « L'intime au pouvoir : de la « photogénie électorale » à l'ère du *storytelling* », *Itinéraires* [En ligne], 2012-2 | 2012, mis en ligne le 01 novembre 2012, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/1159> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/itineraires.1159>



Itinéraires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

L'intime au pouvoir : de la « photogénie électorale » à l'ère du *storytelling*

Abstract

How does private life have a direct influence on politics? In the era of storytelling, the art of narrative arranges the origin of a product or a person in order to make a commercial value out of it. This was the point of Christian Salmon's book *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits* (2007). Consumers and voters are considered the same way in this capitalistic "linguistic turn" denounced by Yves Citton in his essay *Mythocratie. Storytelling et imaginaire de gauche* (2010). In the media, the biographical mythology of a public man or woman has a lot to do with his or her political credibility: the stake is to build an *ethos* through a narrative and therefore convince the public opinion. Image and fiction surrounding private life participate to political life: in massmedia, books and on screens, the critical and esthetical deconstruction of these mythographical strategies help us reconsider the representation of intimacy as an active force in society.

Keywords: intimacy, storytelling, photography, mass-media, cinema, biopic, Roland Barthes, Nicolas Sarkozy, Alain Cavalier

Mots clés : intimité, *storytelling*, photographie, médias, cinéma, *biopic*, Roland Barthes, Nicolas Sarkozy, Alain Cavalier

Introduction

La relation entre vie intime et vie publique dans les sphères du pouvoir a vu ses frontières considérablement évoluer depuis les cérémonies dans la chambre du roi de France jusqu'à la notion de « respect de la vie privée » inscrite dans le Code civil français et protégeant tous les citoyens, y compris les hommes et femmes politiques¹. Si la publicité autour de la vie intime ne

1. Inscrit dans la *Déclaration universelle des droits de l'homme* de 1948, le droit à la vie privée, ou plus précisément selon les juristes, le droit à « l'intimité » de la vie privée, apparaît dans l'article 9 du Code civil français, sans pour autant en définir les limites.

fut jamais totalement dissociée de la vie des personnalités publiques, elle a été diversement utilisée, notamment à des fins électoralistes depuis que la démocratie a invité le peuple à élire ses représentants. Les candidats se sont donc adaptés aux nouveaux moyens de communication pour emporter les suffrages nécessaires, en suivant parfois des tendances initialement utilisées dans le monde de la publicité². Lorsque ce dernier s'est emparé d'une technique narrative, le *storytelling*, pour vanter les mérites d'un produit et faire passer un message sur l'identité et les valeurs véhiculées par l'objet, le principe s'est étendu aux personnes³. Ainsi, les techniques du récit ont commencé à s'inviter dans le jeu politique, sous diverses formes, en mêlant toujours plus les menus faits du quotidien aux grands actes politiques pour retrouver le goût d'une geste épique, avec des fragments de vie privée. Comment cette narrativisation de l'intime a-t-elle progressivement glissé vers la fiction ? et comment s'est-elle immiscée dans le monde public et surtout politique ? En quoi les images ont-elles joué un rôle déclencheur dans cette surenchère narrative qui semble faire basculer aujourd'hui la politique dans le champ de la fiction ? Nous verrons comment Roland Barthes avait identifié les balbutiements de cette mise en scène de la vie privée à l'aube de la Cinquième République et comment la pression intimiste des années 1970 a amalgamé l'image et la nécessité de transparence intérieure. Nous évoquerons l'actuelle désuétude des biographies politiques au profit de l'image narrée au cinéma à travers deux versants contemporains des mises en récit de l'intime au pouvoir, *La Conquête* de Xavier Durringer et *Pater* d'Alain Cavalier.

Une déjà antique photogénie électorale

Dans *Mythologies*, Roland Barthes évoquait les images du monde public des années 1950 et déconstruisait le processus de mythologisation bourgeoise à l'œuvre dans les médias et l'imaginaire collectif. La récente édition illustrée due à Jacqueline Guittard a permis aux lecteurs du XXI^e siècle de voir enfin les clichés et le contexte de parution qui avaient inspiré Barthes⁴. On reconnaît dans cet univers médiatique extrêmement daté les linéaments de notre actuelle civilisation saturée d'images et la subséquente mutation du champ politique. Barthes, célèbre sémiologue du Studio Harcourt, avait également identifié en 1956 une « photogénie électorale ». Cette dernière, qui se définit par la capacité à présenter un visage

2. Voir à ce sujet l'article de l'historien Christian Deleporte, « Quand la peopolisation des hommes politiques a-t-elle commencé ? Le cas français », *Le Temps des médias*, n° 10, *Peopolisation et politique*, 2008-1, p. 27-52.

3. Le *storytelling* en tant qu'arme politique et exécutive a été théorisé par l'Américain Stephen Denning dans un livre qui fait florès dans les entreprises, *The Secret Language of Leadership: How Leaders Inspire Actions Through Narrative*, San Francisco, Jossey-Bass, 2007.

4. Roland Barthes, *Mythologies*, éd. ill. présentée par J. Guittard, Paris, Seuil, 2010.

avenant dans la presse, particulièrement sur les supports magazine, n'a pas grand-chose à voir avec les portraits d'hommes politiques que Barthes avait eu le loisir d'observer. Tirés de tracts pauvrement imprimés, les visages des hommes politiques n'occupent qu'un petit espace en noir et blanc de la taille d'un timbre-poste. Le procédé commun fut à l'époque considéré comme une mise en scène très nouvelle de la figure de l'homme politique, même si elle tendait à « escamoter la “politique” [...] au profit d'une “manière d'être”, d'un statut socialo-moral⁵ ». Commentant le procédé, Barthes souligne très judicieusement le « lien personnel » qui se noue avec le lecteur de ce petit fragment d'identité et au-delà, une « complicité » : « la photo est miroir, elle donne à lire du familier, du connu [...] »⁶. Cependant, le sémiologue, qui repère les idéologies de classe dans ce petit montage électoraliste, en extrait également les fondements éthiques qui traversent la simple image du candidat : « l'iconographie veut signifier la conjonction rare d'une pensée et d'une volonté, d'une réflexion et d'une action⁷ ». Selon le « type » que sous-tend la pose et l'allure du candidat, d'un côté apparaît « le beau gosse », de l'autre « l'homme mûr, citoyen viril poussant en avant sa petite famille » et Barthes voit la « convention photographique » servir la mise en scène de valeurs morales personnelles, par exemple, la pose de face « exprim[ant] la pénétration, la gravité, la franchise : le futur député fixe l'ennemi, l'obstacle, le “problème”⁸ ». Barthes montre dans son analyse que la photographie va au-delà de la surface du visage pour atteindre l'identité intime des candidats, une problématique nouvelle développée plus avant dans les années 1970, particulièrement aux États-Unis.

À la suite de Barthes mais aussi du sociologue Erving Goffman⁹, le théoricien marxiste Richard Sennett a analysé précisément les représentations de l'intime dans la vie publique dans un essai qui a fait date, *Les Tyrannies de l'intimité*, et dans lequel il développe une critique de la transparence intérieure (Dorrit Cohn en a étudié à la même époque les manifestations littéraires¹⁰). Il désigne cette tendance comme une passion pour un « psychologisme » qui a pour conséquence une « vision intimiste de la société¹¹ ». Les effets pervers de cette transparence du moi se manifestent par une contamination de l'image publique par la vie privée, jusque dans ses

5. Roland Barthes, *Mythologies*, Paris, Seuil, coll. « Points. Essais », 1957, p. 150.

6. *Ibid.*, p. 151.

7. *Ibid.*

8. *Ibid.*, p. 152.

9. Erving Goffman, *La Mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi*, trad. Alain Accardo, Paris, Minuit, coll. « Sens Commun », 1973. Goffman considère la construction de l'identité publique selon une conception dramaturgique classique de la société (*theatrum mundi*).

10. Dorrit Cohn, *La Transparence intérieure. Modes de représentation de la vie psychique dans le roman* [1978], trad. Alain Bony, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 1981.

11. Richard Sennett, *Les Tyrannies de l'intimité* [1976], trad. Antoine Berman et Rebecca Folkman, Paris, Seuil, coll. « La Couleur des idées », 1979, p. 13.

tréfonds psychiques. Sennett en tire, à la suite du sociologue Max Weber et de Freud, une « théorie du charisme » qui analyse « la personnalité comme force politique¹² ». Il faut alors voir dans ce nouveau culte de la personnalité un courant général qui se manifeste également dans la littérature à la première personne et dans les récits de vie qui prolifèrent à la fin du *xx^e* siècle, à une époque où la construction de l'identité est devenue un enjeu majeur dans une société fondée sur l'individualisme¹³. Bien entendu, l'aura qui entoure les figures de leaders politiques a constitué une qualité nécessaire à tout orateur. Toutefois, dans les années 1970, Sennett remarque que « les médias renforcent le charisme sécularisé » et qu'ils permettent aussi une relation individuelle avec les personnages, du fait que certains comme la télévision, la radio et l'ordinateur sont eux-mêmes des « appareils intimistes » dont « on se sert chez soi, seul ou en famille¹⁴ ». L'évolution du rapport entre le personnage public et le citoyen est alors déterminante dans le dialogue qui peut s'instaurer entre eux : « L'être-public se fonde [...] sur la connaissance de cercles sociaux distincts du milieu des intimes : or, les médias ont tendance à saper ces deux expériences¹⁵. » En faisant entrer dans le cercle intime les personnages publics et politiques, les attentes du spectateur-citoyen fluctuent au gré des vagues médiatiques, alimentées par des informations désormais accessibles presque en permanence, qu'elles soient d'ordre public ou privé. Même si dans son article de référence, Christine Errera considère qu'il s'agit d'un « sujet tabou dans la presse française », force est de constater au vu des statistiques qu'elle présente que la vie intime est plus que jamais omniprésente, et au-delà des médias traditionnels¹⁶. Il en résulte une familiarité qui a tendance à faire pénétrer les personnalités publiques et politiques dans la banalité du quotidien et dans la vie privée des individus, de sorte que la demande à leur égard semble devenir de plus en plus personnelle¹⁷. Ainsi, on comprend qu'un simple portrait photographique sur un tract électoral ne suffit plus à se *faire connaître* et, de nos jours, l'usage codé des portraits décrits par Roland Barthes ne fait plus guère illusion. Un supplément d'âme doit émaner de l'intérieur, comme si le spectateur-électeur pouvait y avoir accès, dans un fantasme d'omniscience toujours plus dévorant. Louise Merzeau constate pour sa part le suranné de

12. *Ibid.*, p. 209.

13. Voir Christopher Lasch, *La Culture du narcissisme. La vie américaine à un âge de déclin des espérances* [1979], trad. Michel L. Landa, Paris, Flammarion, Champs Essais, 2006 et Jean-Claude Kaufmann, *L'Invention de soi. Une théorie de l'identité* [2004], Paris, Hachette, coll. « Pluriel, Sociologie », 2005.

14. Richard Sennett, *op. cit.*, p. 220.

15. *Ibid.*

16. Christine Errera, « La vie privée des politiques, un tabou de la presse française », *Communication et langages*, n° 148, 2006.

17. Christine Errera analyse : « Finalement, cette volonté d'apparaître comme des hommes et des femmes ordinaires, alors même que le pouvoir en a fait des hommes et des femmes inaccessibles, contribue au brouillage de la frontière public/privé », *ibid.*, p. 85.

cette représentation du visage et surtout le déclin de l'« héroïsation » ou de la « majoration » que le portrait pouvait véhiculer dans les années 1950. Désormais, « au visage déifié du cinéma, s'est substituée la télégenie ordinaire des hommes politiques [...] »¹⁸. L'enjeu croise donc deux pressions : d'une part, la banalisation de l'image et de l'autre, l'intimité croissante des individus avec l'homme public. Comment dépasser cette dialectique pour redonner à la figure, et particulièrement celle de l'homme politique, un *ethos* propre à l'exercice du pouvoir et à l'injonction de transparence intime ?

L'intime magnifié sur grand écran

Au tournant du ^{xxi}e siècle, la fiction cinématographique est redevenue, comme lors des périodes de forte tension politique, le lieu d'une communion collective. Employée comme instrument de propagande, elle fut utilisée par de grands cinéastes comme Leni Riefenstahl ou Sergueï Eisenstein pour mettre en scène les valeurs du régime qu'ils soutenaient, ou pendant la Guerre froide, dans les films de science-fiction, pour brandir la menace communiste¹⁹. Désormais, les outils de propagande se sont diversifiés, changeant de supports (tracts, vidéos, sites web, plates-formes de jeux vidéo, etc.) dans la polymorphie des nouveaux médias. La compétence du lecteur-électeur repose alors pour beaucoup sur sa capacité interprétative : à lui de synthétiser la masse d'informations disponibles sur le mouvement politique, l'idéologie et le candidat susceptibles d'obtenir son suffrage. Pour pallier la dispersion de ces éléments informatifs et recentrer l'attention du citoyen sur l'identité du « produit » politique, les conseillers en communication (les fameux *spin doctors*) ont adapté des stratégies commerciales habituellement réservées à de grandes marques pour leurs propres candidats, et notamment une technique narrative aujourd'hui bien connue, celle du *storytelling*. Popularisée par l'écrivain et chercheur Christian Salmon et qualifiée de « machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits »²⁰, cette technique de communication très en vogue dans le monde de la publicité des années 1970-1980 consiste à mettre en récit certains éléments biographiques d'un homme politique pour dresser de lui un portrait flatteur et transmettant les valeurs éthiques personnelles censées lui être propres, par exemple, la combativité, la fidélité ou la sincérité. De fait, Salmon s'est appliqué en 2008 dans des chroniques hebdomadaires à un démontage mythographique similaire à celui de Barthes²¹.

18. Louise Merzeau, « De la photogénie », *Les Cahiers de médiologie*, n° 15, *Faire face*, 2002, p. 204.

19. Roland Barthes évoque ce stratagème fictionnel dans la mythologie « Martiens », *op. cit.*

20. Christian Salmon, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, coll. « Cahiers libres », 2007.

21. Christian Salmon, *Storytelling Saison 1, chroniques du monde contemporain*, Paris, Prairies ordinaires, 2009, p. 7.

Après l'élection présidentielle française de 2007, aux prises avec un nouveau président qui avait décidé de jouer la « transparence » intime, Salmon décide de dessiller les yeux des lecteurs de ces micro-récits quotidiens producteurs d'une fiction politique dont la fonction première est de fournir une interprétation univoque, un nouveau sens aux faits. Publiées en recueil dans *Storytelling saison 1*, comme s'il s'agissait d'une saga à suivre, ces chroniques nous révélaient que les images et leurs légendes produisaient des sommes de fragments narratifs s'agglomérant au rythme de l'actualité politique. C'est ainsi qu'il explique comment le « narrateur d'Obama » avait « élaboré le message de [sa] campagne à partir de sa vie réelle [...] et de sa trajectoire considérée comme un roman d'apprentissage²²... ». De notre côté de l'Atlantique, l'emballement médiatique autour du président français découlait de sa propre volonté de mettre en scène son intimité et son histoire comme un roman. Pour Salmon, le résultat en a été non pas un *Bildungsroman* mais une série télévisée, la nouvelle modalité narrative populaire par excellence : « La saison 1 du Sarkozysme fut riche en rebondissements : du divorce avec Cécilia au désamour de l'opinion ». Pour récrire l'histoire et modifier la perception des événements, Salmon annonce que : « La saison 2 verra le retour à l'équilibre familial et national », ce qui sera partiellement avéré, puisque les médias feront de la rencontre entre Nicolas Sarkozy et Carla Bruni une véritable péripétie amoureuse²³. Le président Sarkozy,

22. *Ibid.*, p. 15.

23. Le traitement médiatique de ces chassés-croisés sentimentaux dans la classe politique a été l'objet de deux mémoires en journalisme : Eva-Marie Goepfert, « La médiatisation de la vie privée des hommes politiques. Une analyse de cas : la réconciliation de Cécilia et Nicolas Sarkozy dans la presse écrite française », sous la direction d'Isabelle Garcin-Marrou, Université Lyon 3, 2006, [En ligne], http://mmsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00000603; Constance Le Bihan, « La mise en scène de la vie privée des personnages politiques dans les médias : un nouvel espace de politisation ? Analyse croisée du traitement médiatique de la rupture des couples Ségolène Royal – François Hollande et Nicolas Sarkozy – Cécilia Ciganer-Albeniz dans les *news magazines* et dans la presse people », sous la direction de Florence Le Cam, Rennes, IEP de Rennes, 2008, [En ligne], https://iepweb.sciencespo-rennes.fr/bibli_doc/download/269/. Constance Le Bihan constate que, contrairement à la relation Royal-Hollande qui bénéficiait d'un traitement en démonstrations (causes, effets de la rupture), celle de Sarkozy-Ciganer « [témoigne] d'une approche beaucoup plus narrative » (rencontre, adultère, séparation), p. 34. Nous renvoyons à son analyse du corpus médiatique original et des représentations éthiques qui en découlent, cf. « La mise en scène de la séparation : les idéotypes narratifs », p. 46-52. Au sujet de la séparation du président, Eva-Marie Goepfert considère le député Patrick Balkany comme un « adjuvant » au récit de réconciliation qui fut diffusé dans les médias par son entremise (*Le Parisien*, *Le Figaro*, *L'Humanité* et *Marianne*) : « Le discours rapporté de Patrick Balkany se donne à consommer comme un discours fictionnel, imitant le genre du roman d'amour voire même du conte de fées », p. 47. De même, le traitement dans la presse de la rencontre entre Nicolas Sarkozy et Carla Bruni, « Quand Séguela raconte LA rencontre », *20 minutes*, 13 février 2009 ; repris notamment dans *Le Figaro*, *Gala*, sur Europe 1 ou France 24 : le publicitaire s'est chargé de construire le récit de la rencontre et du bonheur partagé du nouveau couple présidentiel.

héros de sa communication politique, se retrouve personnage d'un récit qui lui échappe et dont la collectivité s'empare pour en faire ce que Victor Hugo qualifiait, avec ironie, de petite épopée.

En 2011, ces anecdotes éparses qui formaient le fil de l'actualité ont été rassemblées par un scénariste autour de la figure de Nicolas Sarkozy et de son ascension au pouvoir en 2007 pour en faire un film, *La Conquête*. Cette « œuvre de fiction », comme l'indique l'avertissement d'ouverture est basée sur des faits réels, ou plus précisément des faits médiatiques connus, la plupart relevant de la sphère intime. C'est avec ce film d'un nouveau genre que le croisement du *storytelling* politique et de la vie privée se fait le plus manifeste : si le titre annonce la conquête du pouvoir auquel tout le pays a pu assister, il s'agit aussi d'une histoire de conquête amoureuse. L'un des fils narratifs principaux repose sur la relation entre Nicolas Sarkozy et son ex-femme, Cécilia, qui l'a quitté définitivement peu après sa victoire. Dans ce montage d'éléments à la fois médiatiques et fictifs, tout converge pour donner sens à des événements vus de l'extérieur à travers une « romanciation » intimiste²⁴. En quoi cette tribulation matrimoniale peut-elle avoir une incidence politique dans l'esprit des électeurs ? Si *La Conquête* rejoue des événements déjà vus et entendus lors de leur divulgation dans la presse au moment des faits, en 2007, le président concerné par la fiction exerce encore son mandat lors de la sortie du film en 2011. Le personnage principal et surtout son avatar dans la réalité, joué (ou plutôt imité) par l'acteur Denis Podalydès, ressort grandi de cette omniprésence à l'écran qui le montre non plus comme un être avide de pouvoir mais comme une victime victorieuse de l'acharnement de ses adversaires politiques (Jacques Chirac et son Premier ministre, Dominique de Villepin) et du désastre sentimental qui le frappe. Les effets de la photogénie électorale se retrouvent ici grâce à l'effet de fiction et à une dramaturgie adaptée aux modes de communication actuels²⁵, puisque la pugnacité et l'humanité sensible du futur président apparaissent. Au-delà de cette actualisation de la rhétorique de l'image par la narration, la confusion entre faits réels, médiatisés et fictifs met à mal la distinction entre récit historique et de fiction, en raison du resserrement des temporalités. Le format détermine également une réception héroïsante, pour reprendre le terme de Louise Merzeau : en effet, *La Conquête* serait bien plus adaptée à une production télévisuelle, où elle se rangerait parmi les nombreuses fictions qui se succèdent dans un flux tellement dense qu'il minore leur impact. La distribution en salles de cinéma déplace l'objet pour le magnifier, rendant à l'écran son pouvoir mystificateur, comme au temps où les actualités se voyaient au cinéma.

24. Une scène dans les appartements privés de la place Beauvau montre la lutte entre Sarkozy et sa femme sur le point de partir.

25. Des séries télévisées se sont déjà emparées de ces sujets, tout en restant dans le champ strict de la fiction puisqu'elles mettent en scène des femmes présidentes : *L'État de grâce* (France, 2006) et *Commander in Chief* (États-Unis, 2005).

Pourtant, figurer l'intime au pouvoir, tout en le raccrochant à une actualité politique, n'aboutit pas forcément à la création d'un faire-valoir d'un personnage ni de son idéologie.

Le démontage fictionnel du politique

Alain Cavalier a choisi dans les années 1970 de délaisser les étoiles avec lesquelles il avait travaillé (Catherine Deneuve, Alain Delon) pour se consacrer à un cinéma intimiste et autobiographique (*Irène*, *Le Filmeur*). Son dernier opus, *Pater*, s'aventure sur les terres d'un intime fictionnel. Tourné avec peu de moyens (deux caméras, décors naturels et seconds rôles joués par des acteurs amateurs), le film donne une impression d'authenticité brute, bien que le spectateur puisse voir à tout instant les rouages de la fiction dans le champ de la caméra. Ainsi, le politique est mêlé à l'intime selon une modalité beaucoup moins consensuelle que dans l'œuvre de Xavier Durringer. Contrairement à *La Conquête*, *Pater* jouit d'un dispositif original qui le place d'emblée hors de la mêlée médiatique. Il met en scène un acteur, Vincent Lindon, et un réalisateur, Alain Cavalier, dans l'intimité du film qu'ils sont en train de tourner sur les coulisses du pouvoir, l'un étant Premier ministre, l'autre président. Durant tout le film, le doute plane en permanence sur le cadre fictionnel dans lequel évoluent les acteurs. S'appelant par leurs vrais noms, les personnages restent dans l'entre-deux : Vincent Lindon, surpris par la caméra à son arrivée dans l'appartement d'Alain Cavalier, improvise une tirade qui raconte à la fois un fait véridique (il a rencontré le gérant de son immeuble dans la cage d'escalier) et expose une position politique (sa tirade aboutit à une critique de l'asservissement des individus aux grandes firmes multinationales). Tout au long du tournage, qui constitue aussi le cœur du scénario, les deux acteurs se filment à leur domicile en faisant croire à un hors-champ public que l'on ne verra jamais. Il sera question entre deux portes d'un projet de loi porté par le Premier ministre, loi qui ne sera finalement pas votée, de la photographie compromettante d'un adversaire politique, d'une trahison programmée et finalement, d'une conquête du pouvoir par le Premier ministre tuant symboliquement le père pour prendre sa place. Les hommes politiques sont filmés dans leur intimité, dans le secret du choix de leurs cravates ou de leurs déjeuners informels, des moments simples, vraisemblables et tirés d'un quotidien banal. Ces moments généralement mis en scène dans des documentaires qui suivent une personnalité durant vingt-quatre heures de sa vie²⁶ sont vécus dans

26. On pense au bifteck que Dominique Strauss-Kahn, ex-candidat présumé à l'élection présidentielle, cuit dans sa résidence américaine durant un documentaire qui lui était consacré, *Un an avec Dominique Strauss-Kahn, au cœur du FMI*, par Nicolas Escoulan, François Lescalier et Chloé Davant, Canal+, (55 min.), 2011. Le choix de la viande évoque évidemment un palimpseste mythologique éminemment français et toujours en vigueur, « Le bifteck et les frites », Roland Barthes, *op. cit.*

Pater comme des révélations autant sur les acteurs que sur les personnages qu'ils incarnent par intermittence. La confusion alternative entre la parole de l'acteur et celle du personnage dévoile justement une vérité de la vie intime dans le récit de cette prise de pouvoir fictive. L'authenticité qui s'amalgame à l'ascension sans éclats du Premier ministre se niche dans la maladresse des répliques improvisées et dans le secret des petits coins, des lieux anodins, tel ce dressing où s'empilent de vieilles chaussures superstitieusement conservées : « Je partage avec Vincent la joie devant un détail qu'aucune [*sic*] n'aurait pu saisir dans la vie car il s'agit de l'intimité invisible et libre du pouvoir²⁷ », confie le réalisateur.

Pater déconstruit la fiction politique du pouvoir, en faisant œuvre de démystification par une prise au plus près de l'intime authentique, hors du temps, et parfois moins gratifiante²⁸. Cette attitude face à la caméra prend à contre-pied le spectacle politique et sa construction narrative pour en révéler, en creux, les stratégies tant scénographiques que dramaturgiques. Chez Alain Cavalier, l'absence d'artifices, ou leur bricolage (selon le Premier ministre, mettre une cravate gaie permet d'être plus sérieux), fait prendre conscience de la fiction trop parfaite et lisse construite par les agences de communication autour des personnalités politiques. Et pourtant, « si c'est un film, c'est que c'est vrai » commente Vincent Lindon, comme si laisser apparaître les cadres de la fiction rendait la réalité plus visible. De sorte que l'intimité se définit par les simples détails du quotidien, tandis que les personnages autant que les acteurs gardent leur opacité, loin des percées psychologisantes qui caractérisent souvent l'intrusion dans la vie privée.

Conclusion

La mise en récit du politique s'est invitée depuis plusieurs années dans les espaces privés des personnalités publiques, ces dernières tentant de contrôler cette mythographie vitale à leurs ambitions électorales²⁹. Aujourd'hui, devant la vacuité des images et les stratégies toujours plus subtiles des communicants, le récit est plus que jamais une arme politique puissante. Les biographies, répondant à l'injonction d'Yves Citton dans son livre *Mythocratie, storytelling et imaginaire de gauche* de créer du récit à gauche pour ne pas en laisser le monopole à la droite³⁰, s'engouffrent

27. Alain Cavalier, « Les dix commandements d'Alain Cavalier pour *Pater* », *Le Monde*, 21 juin 2011 (un mot manque dans le texte original).

28. *Ibid.* : « Pour le film, les emprunts sont faits à un grand nombre de politiques de tous les temps. Il n'y a aucun modèle précis. Aucune représentation du pouvoir comme au journal télévisé comme dans les documentaires comme dans les films et téléfilms ».

29. Frédéric Lambert, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Paris, Edilig, coll. « Médiathèque », 1986.

30. Yves Citton, *Mythocratie, storytelling et imaginaire de gauche*, Paris, Éditions Amsterdam, 2009.

à leur tour dans la brèche de la fiction pour alimenter la course effrénée à l'épopée électorale. Un exemple criant fut *Le Roman vrai de Dominique Strauss-Kahn*, écrit par Michel Taubmann, journaliste spécialiste du Parti socialiste³¹. Publié quelques jours avant que n'éclate le scandale sexuel qui a forcé Strauss-Kahn à démissionner de son poste de directeur du FMI, le livre était censé dresser le parfait portrait d'un présidentiable. En quelques heures, son contenu était devenu obsolète, déplacé. Qu'à cela ne tienne : un mois plus tard, le « roman » reparait avec une postface glosant, à décharge, les plaintes pénales déposées entre-temps contre l'ex-candidat. Parallèlement, au 1^{er} juillet 2011, dix-sept scénarios étaient à l'étude alors que l'affaire n'avait pas encore fini d'être instruite³². Les revers du réel peuvent être tellement dramatisés par les médias que les fictions romanesques ou cinématographiques s'appuient désormais sur les ressorts d'un récit rapporté des centaines de fois. Ces histoires, reprenant en chœur les détails de la vie privée des personnages publics, ont une fonction politique, en effet, celle d'alimenter un fantasme de la transparence intime au point d'en produire des fictions à valeur morale. Cette fictionnalisation de l'intimité face au pouvoir engendre à son tour des constructions mythologiques : *storytelling* de masse, elles sont une forme perverse de propagande donnant l'illusion d'une transparence intérieure impossible et d'un accès direct à la véritable identité des personnes. En fait, elles font croire à des vertus indéfectibles des hommes politiques, extirpées des tréfonds de leur être, en narrativisant jusqu'à leurs contradictions. Selon l'adage aristotélien, il importe surtout que le récit soit vraisemblable – sans se demander s'il est seulement possible.

Magali Nachtergaele

Université Paris 13, Sorbonne Paris Cité, Pléiade/CENEL

31. Michel Taubmann, *Le Roman vrai de Dominique Strauss-Kahn*, Paris, Éditions du Moment, 2011 (rééd. 30 juin). Voir Laurent Martinet et Emmanuelle Alfêef, « Écrire sur l'affaire DSK : la galère des éditeurs », *L'Express*, 1^{er} juillet 2011.

32. Voir Marion van Renterghem, « DSK plaide non-coupable et ouvre la voie à un long procès », *Le Monde*, 6 juin 2011 et Olivier Delcroix, « DSK : dix-sept scénarios seraient déjà en projet », *Le Figaro*, 12 juin 2011.